



PRIMERA PÁGINA

CONFEE CARNE

47 ESTRENA ESTRUCTURA

La Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España pone en marcha una nueva estructura que le permita afrontar los retos de la industria de manera más eficiente.

UN MILLÓN DE SIPAHH 31

Tras su presentación en la pasada edición de Alimentaria, ya se han vendido en España más de un millón de cañitas mágicas Sipahh.



NUEVOS PICKERS

Satisfecha por la acogida de sus Pickers, McCain amplía la gama de productos para picar con nuevas referencias.

46

PARA EL CONSUMIDOR REAL

El primer envase de leche en Tetra Brik de medio litro es de Lauki. Lo agradecerán, al menos, el 50% de hogares.

32



ESTRELLA AL DÍA

Con el lanzamiento de Estrella Oxígeno Activo en spray y del envase de botella con 150 ml. más, se ha actualizado el packaging que incluye el sello de máxima desinfección.



34



PLATOS COCINADOS

Kasteel presenta su gama de productos para restauración, preparados y cocinados, listos para su consumo tras unos minutos de regeneración.

39



DE MENÚ ANDALUZ

Con su presentación en Madrid, concluye el itinerario del proyecto De Menú Denominaciones de Andalucía.

48

35 CASI A LA MEDIDA

Max Factor presenta Colour Collections, una completa gama de tonos para cada tipo de piel.



MÁS PIC-NIC 32

Carretilla amplía su línea de Ensaladas Pic-Nic con dos nuevas referencias.



REDISEÑO 61

Opel actualiza su logotipo y consigue una profundidad tridimensional.



Las cañitas mágicas Sipahh se introducen con éxito en España

Tras su exitosa presentación en la pasada edición de Alimentaria, ya se han vendido en España un millón de cañitas mágicas Sipahh, de la firma australiana Unistraw.

Sipahh es una cañita rellena de pequeñas bolitas de sabor que se disuelven al pasar la leche. Un producto innovador que motiva de una forma divertida el consumo diario de leche en los niños.

Simplemente sumergiendo Sipahh en leche natural, templada o fría y sorbiendo, se produce el cambio de sabor, según sea el contenido de la cañita: Fresa, Chocolate, Cookies&Cream y Choc Banana... los cua-

Sipahh viene de la unión de las palabras sip (sorber en inglés) y ahh (¡Ay que delicioso en cualquier idioma)

tro sabores protagonistas, en este primer paso de lanzamiento de la marca, que acompaña de acciones de marketing.

Las cañitas mágicas Sipahh están disponibles en las principales cadenas de supermercados nacionales en packs multisabores de 4 y 25 unidades y de un único sabor en packs de 8 unidades. También se distribuye en el canal horeca y en el de impulso.

FS Innova - Marketing y Distribución



Nueva imagen para el blíster de Kentes

Kentes da un paso más allá en su búsqueda del diseño más vanguardista

y cambia la imagen del blíster de sus bocatas. El concepto sigue la misma línea, insertando colores llamativos, siempre alusivos a los colores corporativos de la marca.

En el diseño se ha tenido muy presente la historia gráfica de la compañía (Ingapan), que siempre se ha caracterizado por sus tipografías e imágenes de fuerte personalidad, que han ido evolucionando y actualizándose con el tiempo.

El estilo visual del nuevo blíster es limpio y contemporáneo, y su tipografía es una mezcla de caracteres que quieren transmitir innovación y experiencia. El resultado es una imagen actual que evoca los atributos de la marca: calidad, innovación, modernidad, experiencia y cercanía al cliente y al consumidor.

Ingapan, S.L.



Nuevo MisterCorn Crunch Mix

El grupo de alimentación Grefusa ha ampliado su gama de productos MisterCorn, con el lanzamiento de MisterCorn Crunch Mix, un cocktail de frutos secos y snacks dirigido a los consumidores a los que gusta mezclar y experimentar nuevas y crujientes sensaciones. Se trata de un Mix que además del MisterCorn original, incluye cacahuete, tira de maíz, haba frita, y arete de maíz, y que ya está disponible en los diferentes formatos.

Para Agustín Gregori Bernabeu, consejero delegado del grupo Grefusa, "la pasión y dedicación por conocer los gustos y preferencias de los consumidores, satisfaciendo sus necesidades y adelantándose incluso a ellas, es uno de los grandes retos de nuestra compañía, que tienen reflejo en lanzamientos como éstos".

La gama

La marca MisterCorn, creada en 1993, es una de sus principales enseñas de la compañía. Hasta la fecha englobaba las variedades MisterCorn original, el maíz de siempre, MisterCorn XL, y el surtido MisterCorn Mix 5, todas dirigidas a un público joven y adulto. Con los nuevos lanzamientos de MisterCorn Crunch Mix, MisterCorn Cheez-It y MisterCorn Tijuana, se amplía así su gama de maíz tierno dirigiéndose a un público más joven y adolescente.

Grefusa, S.L.



Gazpacho Gourmet Alvalle

Una propuesta para sibaritas

A mediados del mes de mayo, Alvalle ha lanzado al mercado el Gazpacho Gourmet Alvalle, que presenta como "delicada y sabrosa propuesta", que se hará indispensable este verano "en las cocinas más exquisitas".

El Gazpacho Gourmet Alvalle resulta diferente y refinado por su combinación de vegetales, almendras y especias. Esta combinación, proporciona una delicada y cremosa textura, mientras que el color suave contrasta con un sabor de marcada



personalidad, en el que también pone su toque final el aderezo de vinagre de vino y aceite de oliva virgen extra.

Este nuevo producto se presenta en envase de 750 ml..

Tropicana Alvalle, S.L.